Community management : élaborer sa stratégie Social Media

Objectifs pédagogiques

- Connaître les règles et usages des Médias Sociaux et savoir y participer
- Pouvoir identifier les Médias Sociaux adaptés
- Savoir configurer les Réseaux Sociaux
- Etre capable d'effectuer de la veille et de surveiller sa e-réputation
- Etre en capacité d'utiliser les outils pour mettre en œuvre une communication s'appuyant sur le Web 2.0

Participants	Pré-requis	Durée
Toute personne amenée à prendre en charge l'animation des réseaux sociaux de son entreprise	Connaissance générale du web	2 jours

Programme

Définition : Médias Sociaux, Réseaux Sociaux, e-reputation

- La différence entre média sociaux et réseaux sociaux
- Liste et présentation des réseaux sociaux les plus utilisés
- Quelle présence faut-il avoir au minimum pour vos établissements ?
- Le blog (*Tumblr, Wordpress,…)* : comment le construire ? L'animer ?
- Bâtir une stratégie efficace pour son e-réputation
- Le référencement aujourd'hui (SEO)
- Améliorer le référencement naturel grâce aux Réseaux Sociaux

Lieux où se construit l'e-reputation

- Facebook, Twitter, Google + et les autres
- Surveiller son e-reputation
- Spécificités de chacun des Réseaux Sociaux
- Identifier les places où l'on peut parler de vous, choisir les bons réseaux sociaux pour sa communication

Stratégie Social Média avec Facebook

- Créer un compte Facebook, le configurer et le personnaliser
- Créer une page Facebook efficace pour son entreprise ou son site Internet
- Relier sa « fan page » à un flux RSS ou un compte Facebook
- Faire la promotion de sa page en dehors de Facebook
- Savoir partager, commenter, écrire des messages privés et bien utiliser les hashtags
- Mesurer les retours dans Facebook Insights
- Intégrer un tracking Google Analytics dans une page Facebook
- Facebook d'entreprise : les règles à respecter et le mode d'emploi

Stratégie Social Média avec Twitter

- Créer un compte Twitter, le configurer et le personnaliser
- Améliorer son référencement naturel grâce à Twitter
- Augmenter son nombre de followers
- Exploiter Twitter pour son entreprise ou son site web
- Rédiger des messages de façon efficace
- Insérer des liens avec les raccourcisseurs et inclure un tracking
- Savoir répondre, retweeter, écrire des messages privés et bien utiliser les hashtags
- Comment réussir sur Twitter ?
- Twitter d'entreprise : les règles à respecter et le mode d'emploi

Programme (suite)

Stratégie Social Média avec Google +

- Créer un compte Google +, le configurer et le personnaliser
- Créer une page Google + efficace pour son entreprise ou son site Internet
- Améliorer son référencement naturel grâce à Google +
- Augmenter son nombre de contacts
- Exploiter Google + pour son entreprise ou son site web
- Rédiger des messages de façon efficace
- Insérer des liens avec les raccourcisseurs et inclure un tracking
- Savoir répondre, partager, écrire des messages privés et bien utiliser les hashtags
- Comment réussir sur Google + ?
- Google + d'entreprise : les règles à respecter et le mode d'emploi

Stratégie avec les autres Médias Sociaux

- Scoop.it, Printerest, Vine, Instagram, Youtube …
- Quels médias sociaux pour quelles utilisations
- Leurs configurations et quelles stratégies

Surveiller sa e-reputation

- Un outil pour gagner du temps sur les Médias Sociaux : Hootsuite
- Comment centraliser sa communication sociale sur une seule interface
- Mettre en place une veille efficace pour surveiller ce qu'on dit de vous sur Internet
- Utiliser Google pour surveiller ce qui se dit de vous (sur le Web en général, dans les blogs, dans les forums, dans les actualités,...)
- Surveiller ce qui se dit de vous sur les Réseaux Sociaux
- Utiliser les agrégateurs sociaux
- Identifier les leaders d'opinion : la topographie des réseaux web
- Construire un tableau de bord de son e-reputation

Mesurer les retours (ROI)

- Avec Google Analytics
- A partir de sites et d'outils spécialisés

Animation et règles, les bonnes pratiques

- Stratégie de réaction
- Programmer ses envois avec Buffer
- Répondre sur les réseaux sociaux
- Adapter et produire des contenus (rédaction web, images, vidéos, …)
- Les aspects juridiques (droit à l'image et au contenu)
- Comment fidéliser nos abonnés ?
- Attirer les abonnés de nos réseaux sociaux dans le réel ?
- Quelques cas d'école d'animation de réseaux sociaux
- Intégrer et communiquer vos liens sociaux sur les sites et sur vos autres supports (print, vidéo, son,…)

***Mises en pratique** : création d'articles et diffusion sur les réseaux sociaux et google+, suivi de l'audience, configuration de Hootsuite et de Google Analytics avec ses réseaux sociaux*